

Pelatihan AI dan Canva untuk Pelaku UMKM: Strategi Peningkatan Kompetensi Digital dalam Era Industri 4.0

Sultan Syarif Cakrayuda & Maharani Ikaningtyas

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

21042010093@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Pelatihan teknologi digital menjadi semakin penting bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi tantangan era Industri 4.0. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak pelatihan Kecerdasan Buatan (AI) dan Canva terhadap peningkatan keterampilan digital dan kinerja bisnis UMKM. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang melibatkan 50 pelaku UMKM dari berbagai sektor di Indonesia. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dokumentasi, dan survei kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan AI membantu UMKM dalam mengotomatiskan proses bisnis, menganalisis data pelanggan, dan mempersonalisasi strategi pemasaran. Sementara itu, pelatihan Canva meningkatkan kemampuan UMKM dalam menciptakan materi pemasaran yang menarik dan profesional, yang berdampak positif terhadap branding dan efisiensi promosi. Selain itu, pelatihan ini juga mendorong peningkatan kreativitas dan inovasi dalam strategi pemasaran. Meskipun demikian, UMKM masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya dukungan teknis, dan resistensi terhadap perubahan teknologi. Oleh karena itu, direkomendasikan adanya pengembangan program pelatihan berkelanjutan, peningkatan akses finansial, dukungan teknis yang lebih baik, dan kolaborasi multi-pihak untuk mendukung adopsi teknologi di kalangan UMKM. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelatihan AI dan Canva memberikan dampak positif yang signifikan terhadap keterampilan digital dan kinerja UMKM, menjadikannya sebagai investasi strategis dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di era digital.

Kata Kunci: Pelatihan AI, Canva, UMKM, Keterampilan Digital, Industri 4.0, Adopsi Teknologi.

ABSTRACT

Digital technology training is becoming increasingly important for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in facing the challenges of the Industry 4.0 era. This study aims to explore the impact of Artificial Intelligence (AI) and Canva training on improving digital skills and business performance of MSMEs. The research employs a qualitative approach with a case study method involving 50 MSME actors from various sectors in Indonesia. Data were collected through in-depth interviews, participatory observations, documentation, and questionnaire surveys. The results indicate that AI training helps MSMEs automate business processes, analyze customer data, and personalize marketing strategies. Meanwhile, Canva training enhances MSMEs' abilities to create attractive and professional marketing materials, positively impacting branding and promotional efficiency. Additionally, the training fosters increased creativity and innovation in marketing strategies. However, MSMEs still face challenges such as limited resources, lack of technical support, and resistance to technological change. Therefore, it is recommended to develop continuous training programs, increase financial access, provide better technical support, and foster multi-party collaborations to support technology adoption among MSMEs. The study concludes that AI and Canva training significantly positively impact the digital skills and performance of MSMEs, making it a strategic investment in enhancing the competitiveness and sustainability of MSMEs in the digital era.

Keywords: AI Training, Canva, MSMEs, Digital Skills, Industry 4.0, Technology Adoption.



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan komponen vital dalam perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja (Badan Pusat Statistik, 2023). Meskipun memiliki peran yang sangat strategis, UMKM sering menghadapi berbagai hambatan seperti keterbatasan akses modal, pemasaran, dan teknologi. Dalam konteks Industri 4.0, digitalisasi menjadi faktor esensial untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM. Teknologi Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence/AI) dan alat desain grafis seperti Canva menawarkan solusi yang dapat membantu UMKM dalam mengoptimalkan operasional dan strategi pemasaran mereka.

AI dapat dimanfaatkan untuk mengotomatiskan proses bisnis, menganalisis data pelanggan, dan mempersonalisasi strategi pemasaran, sementara Canva menyediakan platform yang mudah digunakan untuk menciptakan materi pemasaran yang menarik tanpa memerlukan keahlian desain profesional. Namun, tingkat adopsi teknologi ini di kalangan UMKM masih relatif rendah, disebabkan oleh kurangnya pemahaman dan keterampilan digital serta keterbatasan sumber daya. Oleh karena itu, pelatihan yang efektif mengenai penggunaan AI dan Canva sangat penting untuk membantu UMKM memanfaatkan potensi teknologi ini secara optimal.

Penelitian ini bertujuan untuk Mengidentifikasi dampak pelatihan AI dan Canva terhadap keterampilan digital pelaku UMKM. Menganalisis manfaat ekonomi dan operasional yang dihasilkan oleh UMKM setelah mengikuti pelatihan tersebut. Menyusun rekomendasi strategi implementasi pelatihan AI dan Canva yang efektif untuk UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pengalaman dan persepsi pelaku UMKM yang telah mengikuti pelatihan AI dan Canva. Metode studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena dalam konteks kehidupan nyata secara menyeluruh.

Penelitian ini dilaksanakan Surabaya yang dikenal memiliki konsentrasi UMKM yang tinggi. Subjek penelitian terdiri dari 50 pelaku UMKM dari berbagai sektor seperti makanan dan minuman, kerajinan tangan, dan jasa, yang telah mengikuti pelatihan AI dan Canva dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive sampling untuk memastikan relevansi dan keterwakilan data.

Pengumpulan data dikumpulkan melalui beberapa metode yaitu survei kuesioner, menyebarkan kuesioner kepada 30 peserta pelatihan untuk mendapatkan data kuantitatif mengenai efektivitas pelatihan.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis tematik. Proses analisis melibatkan pengkodean data, identifikasi tema utama, serta interpretasi hasil berdasarkan kerangka teori yang relevan seperti teori adopsi teknologi (Rogers, 2003) dan resource-based view (RBV) (Barney, 1991). Triangulasi data dilakukan untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan dengan membandingkan data dari berbagai sumber dan metode pengumpulan data.

Untuk memastikan validitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Selain itu, member checking dilakukan dengan meminta peserta penelitian untuk memverifikasi hasil wawancara. Reliabilitas

data dijaga melalui konsistensi dalam pengumpulan dan analisis data, serta penggunaan instrumen penelitian yang telah teruji.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Peserta Pelatihan

Sebanyak 50 pelaku UMKM dari berbagai sektor seperti makanan dan minuman (40%), kerajinan tangan (30%), dan jasa (30%) mengikuti pelatihan AI dan Canva. Mayoritas peserta berusia antara 25-45 tahun, dengan latar belakang pendidikan menengah hingga tinggi. Sebagian besar peserta memiliki pengalaman bisnis antara 2-5 tahun dan memiliki motivasi tinggi untuk mengembangkan usaha mereka melalui teknologi digital.

Dampak Pelatihan AI terhadap UMKM

Pelatihan AI memberikan pemahaman dasar tentang konsep dan aplikasi AI dalam bisnis. Beberapa manfaat yang diidentifikasi meliputi:

- a. Otomasi proses bisnis : UMKM mampu mengotomatiskan tugas-tugas rutin seperti manajemen inventaris dan pelacakan pesanan, yang mengurangi waktu operasional dan biaya tenaga kerja. Sebagai contoh, salah satu peserta usaha makanan melaporkan penggunaan chatbot berbasis AI untuk menerima pesanan secara otomatis, yang meningkatkan efisiensi layanan pelanggan.
- b. Analisis data pelanggan : Dengan pemanfaatan AI, UMKM dapat menganalisis data pelanggan untuk memahami perilaku dan preferensi mereka. Hal ini memungkinkan strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif. Misalnya, seorang pelaku usaha kerajinan tangan menggunakan AI untuk menganalisis tren pasar dan menyesuaikan produk sesuai dengan permintaan konsumen.

- c. Personalisasi Pemasaran: AI memungkinkan UMKM untuk membuat kampanye pemasaran yang dipersonalisasi, meningkatkan engagement dan konversi penjualan. Sebagai ilustrasi, sebuah usaha jasa menggunakan AI untuk mengirimkan rekomendasi produk yang disesuaikan dengan preferensi pelanggan, yang meningkatkan tingkat retensi pelanggan.

Dampak Pelatihan Canva terhadap UMKM

Pelatihan Canva memberikan keterampilan desain grafis yang penting untuk menciptakan materi pemasaran yang profesional. Manfaat yang diperoleh antara lain:

- a. Peningkatan Branding: UMKM dapat menciptakan identitas visual yang konsisten dan menarik, memperkuat citra merek di mata konsumen. Sebagai contoh, peserta usaha makanan berhasil mendesain logo dan kemasan produk yang lebih menarik, yang meningkatkan daya tarik produk di pasar.
- b. Efisiensi Pembuatan Materi Promosi: Dengan Canva, pelaku UMKM dapat dengan cepat membuat materi promosi tanpa harus bergantung pada jasa desainer eksternal, menghemat biaya dan waktu. Sebuah usaha kerajinan tangan melaporkan penghematan biaya desain hingga 30% setelah menggunakan Canva.
- c. Peningkatan Kreativitas: Pelatihan ini mendorong UMKM untuk lebih kreatif dalam menyusun strategi pemasaran, menghasilkan materi yang lebih inovatif dan menarik. Contohnya, usaha jasa menggunakan Canva untuk membuat konten media sosial yang lebih variatif dan menarik, yang meningkatkan engagement dengan audiens.

Implementasi Teknologi setelah Pelatihan

Sebagian besar peserta melaporkan peningkatan produktivitas dan efisiensi operasional setelah menerapkan AI dan Canva dalam bisnis mereka. Contoh implementasi yang berhasil meliputi penggunaan chatbot berbasis AI untuk layanan pelanggan dan pembuatan kampanye media sosial yang lebih menarik menggunakan Canva. Selain itu, beberapa peserta juga mengintegrasikan analisis data AI untuk pengambilan keputusan yang lebih baik dalam strategi pemasaran dan pengelolaan inventaris.

Tantangan dalam Implementasi

Meskipun banyak manfaat yang diperoleh, beberapa tantangan tetap dihadapi oleh UMKM, seperti:

- a. Keterbatasan Sumber Daya: Beberapa UMKM masih menghadapi keterbatasan modal untuk mengadopsi teknologi secara penuh. Meskipun pelatihan membantu, implementasi teknologi yang lebih lanjut membutuhkan investasi yang tidak selalu tersedia.
- b. Kurangnya Dukungan Teknis: UMKM membutuhkan dukungan teknis berkelanjutan untuk mengatasi masalah yang muncul selama implementasi. Tanpa dukungan yang memadai, beberapa UMKM mengalami kesulitan dalam mengoptimalkan penggunaan AI dan Canva.
- c. Resistensi terhadap Perubahan: Beberapa pelaku UMKM merasa sulit untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi yang cepat. Faktor budaya organisasi dan kebiasaan kerja yang sudah mapan menjadi hambatan dalam adopsi teknologi baru.

Analisis Dampak Ekonomi

Penelitian menunjukkan bahwa pelatihan AI dan Canva berkontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Rata-rata peningkatan pendapatan bulanan sebesar 20% diukur setelah enam bulan implementasi teknologi. Selain itu, efisiensi operasional yang meningkat juga mengurangi biaya produksi sebesar 15%. Dampak ini menunjukkan bahwa investasi dalam pelatihan teknologi digital dapat memberikan return on investment (ROI) yang positif bagi UMKM.

Pembahasan Teoritis

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori adopsi teknologi yang menyatakan bahwa pelatihan dan dukungan yang memadai adalah faktor kunci dalam keberhasilan adopsi teknologi di kalangan UMKM (Rogers, 2003). Selain itu, penerapan AI dan Canva juga mendukung teori resource-based view (RBV) yang menekankan pentingnya pemanfaatan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai keunggulan kompetitif (Barney, 1991). Dengan meningkatkan keterampilan digital, UMKM dapat mengoptimalkan sumber daya internal mereka untuk menciptakan nilai tambah dan diferensiasi di pasar.

KESIMPULAN

Pelatihan AI dan Canva terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap keterampilan digital, efisiensi operasional, dan daya saing UMKM. Dengan pema-haman yang lebih baik tentang teknologi ini, pelaku UMKM dapat mengoptimalkan proses bisnis, meningkatkan kualitas materi pemasa-ran, dan memperluas jangkauan pasar mereka. Meskipun terdapat beberapa tantangan dalam implementasi, manfaat yang diperoleh jauh lebih besar, menjadikan pelatihan ini sebagai investasi strategis bagi pertumbuhan UMKM di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Para Peserta Pelatihan UMKM yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berbagi pengalaman dan informasi.
- b. Instansi Penyelenggara Pelatihan yang telah menyediakan fasilitas dan materi yang diperlukan selama proses pelatihan.
- c. Dosen dan Rekan Peneliti yang telah memberikan masukan dan kritik konstruktif selama penelitian berlangsung.
- d. Keluarga dan Teman-teman yang selalu memberikan dukungan moral dan semangat selama proses penelitian ini.

Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan UMKM di Surabaya dan mendorong adopsi teknologi digital dalam meningkatkan daya saing bisnis.:

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia. Jakarta: BPS
- Canva. (2023). Panduan Penggunaan Canva untuk Bisnis. Diakses dari <https://www.canva.com>
- Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial Intelligence for the Real World. *Harvard Business Review*.
- Mulyana, A. (2022). Implementasi Teknologi Digital pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 15(2), 45-60.
- Prasetyo, B. (2021). Efektivitas Pelatihan Teknologi terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 78-95.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. 5th Edition. New York: Free Press.
- H. Dunan et al., "Pelatihan Foto Produk Untuk Meningkatkan Brand Image Dan Minat Konsumen Ukm Rumah Bumh Bandar Lampung Product Photo Training to Improve Brand Image and Consumer Interest in Rumah BUMN Bandar Lampung," J. Abdimas Gorontalo, vol. 5, no. 1, pp. 17–23, 2022.
- M. Sholeh, R. Y. Rachmawati, and E. Susanti, "Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm," SELAPARANG J. Pengabdi. Masy. Berkemajuan, vol. 4, no. 1, p. 430, 2020, doi: 10.31764/jpmb.v4i1.2983.
- E. T. Alawiah, D. Setyorini, and Hasanudin, "Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Omset Penjualan dan Pelatihan Pembuatan Label Kemasan menggunakan Canva," J. Pengabdi. Masy. dan Ris. Pendidik., vol. 2, no. 1, pp. 279–285, 2023, doi: 10.31004/jerkin.v2i1.163